

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari perencanaan strategi brand communication yang dirancang melalui kampanye "Flavor and Tunes Pop" pada Mami Ayam Pop. Selain itu, bab ini juga memuat saran dan implikasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pelaksanaan serta pengembangan strategi komunikasi pemasaran di masa mendatang. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis situasi, identifikasi permasalahan, perancangan strategi komunikasi, serta kontribusi peran Marketing Communication, Social Media Specialist, dan Data Analyst dalam mendukung pencapaian tujuan kampanye.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Mami Ayam Pop menghadapi permasalahan utama berupa rendahnya tingkat brand awareness di kalangan masyarakat Kota Semarang. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 76,7% responden belum mengetahui Mami Ayam Pop, sementara hanya 23,3% responden yang pernah mengenal brand tersebut. Selain itu, positioning Mami Ayam Pop sebagai spesialis Ayam Pop belum tersampaikan secara optimal kepada target audiens sehingga diperlukan strategi komunikasi yang mampu meningkatkan eksposur dan memperkuat identitas brand. Temuan tersebut menunjukkan bahwa diperlukan strategi komunikasi yang terintegrasi untuk meningkatkan eksposur merek sekaligus membangun keterlibatan audiens terhadap Mami Ayam Pop.

Berdasarkan kondisi tersebut, dirancang kampanye "Flavor and Tunes Pop" sebagai strategi brand communication yang mengintegrasikan aktivitas digital dan offline melalui pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC). Kampanye ini diwujudkan melalui program "Vote Your Iftar Flavor", "Ramadhan Satnight Tunes", dan digital challenge "POP Bite Reaction" yang bertujuan meningkatkan brand awareness, memperkuat positioning Mami Ayam Pop sebagai spesialis Ayam Pop, serta meningkatkan keterlibatan audiens terhadap brand.

Dari sisi karya bidang Marketing Communication, strategi yang dirancang berfokus pada penyusunan komunikasi pemasaran yang terintegrasi untuk meningkatkan brand awareness Mami Ayam Pop. Peran ini diwujudkan melalui perancangan pesan komunikasi, penyusunan strategi promosi, pengembangan kerja sama dengan micro influencer dan komunitas lokal, serta penyusunan aktivitas komunikasi yang menghubungkan media digital dengan kegiatan brand activation. Melalui strategi tersebut, pesan utama "Masakan Tradisional Rasa Kekinian" diharapkan dapat tersampaikan secara konsisten kepada target audiens.

Pada karya bidang Social Media Specialist, perencanaan difokuskan pada pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok sebagai media utama kampanye. Aktivitas yang dirancang meliputi penyusunan content pillar, content plan, strategi publikasi konten, live streaming, digital challenge "POP Bite Reaction", serta pemanfaatan fitur interaktif media sosial untuk meningkatkan engagement audiens. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan interaksi audiens, serta memperkuat eksposur digital Mami Ayam Pop selama periode kampanye.

Sementara itu, pada karya bidang Data Analyst, peran difokuskan pada pengumpulan, pengolahan, dan analisis data yang menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi kampanye. Analisis dilakukan melalui survei terhadap target audiens, identifikasi tingkat brand awareness, analisis perilaku konsumen, analisis kompetitor, serta analisis SWOT terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan tujuan, target, strategi komunikasi, serta program kampanye yang sesuai dengan kebutuhan target audiens.

Secara keseluruhan, kampanye "Flavor and Tunes Pop" dirancang sebagai solusi komunikasi untuk meningkatkan brand awareness Mami Ayam Pop melalui integrasi strategi digital dan aktivitas brand activation. Melalui pelaksanaan program yang telah direncanakan, Mami Ayam Pop diharapkan mampu meningkatkan eksposur brand, memperkuat identitas sebagai spesialis Ayam Pop, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen di Kota Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perencanaan program yang telah disusun, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam pelaksanaan dan pengembangan strategi komunikasi Mami Ayam Pop di masa mendatang.

Pertama, Mami Ayam Pop perlu menjaga konsistensi komunikasi brand melalui media sosial dengan menghadirkan konten yang informatif, menarik, dan relevan dengan karakteristik target audiens. Konsistensi penyampaian pesan "Masakan Tradisional Rasa Kekinian" perlu dipertahankan agar positioning brand semakin kuat di benak konsumen.

Kedua, pemanfaatan media sosial perlu terus dioptimalkan melalui pengembangan konten yang lebih interaktif seperti challenge, polling, live streaming, user generated content, dan aktivitas digital lainnya yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara berkelanjutan.

Ketiga, kolaborasi dengan micro influencer, komunitas lokal, serta media publikasi digital perlu diperluas untuk meningkatkan jangkauan komunikasi pemasaran. Pemilihan mitra kolaborasi yang sesuai dengan karakteristik target audiens akan membantu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan memperkuat kredibilitas brand.

Keempat, kegiatan brand activation yang melibatkan pengalaman langsung konsumen perlu terus dikembangkan melalui berbagai konsep yang lebih kreatif dan partisipatif. Aktivitas seperti food testing, kompetisi kreatif, live music, maupun program loyalitas pelanggan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan interaksi dan hubungan emosional antara konsumen dan brand.

Selain itu, evaluasi program perlu dilakukan secara berkala dengan memanfaatkan indikator yang terukur seperti tingkat brand awareness, engagement rate, reach, impression, pertumbuhan jumlah pengikut media sosial, jumlah partisipan kegiatan, serta tingkat kepuasan peserta. Evaluasi tersebut dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif pada program berikutnya.

5.3 Implikasi

Perencanaan kampanye "Flavor and Tunes Pop" memberikan implikasi bahwa strategi brand communication yang mengintegrasikan media sosial dengan aktivitas brand activation berpotensi menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan brand awareness dan brand engagement pada UMKM kuliner. Melalui pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok yang dipadukan dengan program interaktif seperti "Vote Your Iftar Flavor", "Ramadhan Satnight Tunes", dan "POP Bite Reaction", Mami Ayam Pop diharapkan mampu memperkuat eksposur brand, memperjelas positioning sebagai spesialis Ayam Pop, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Selain itu, penerapan konsep Integrated Marketing Communication (IMC) dalam kampanye ini menunjukkan bahwa sinergi antara peran Marketing Communication, Social Media Specialist, dan Data Analyst dapat mendukung penyusunan strategi komunikasi yang lebih terarah, berbasis data, dan sesuai dengan karakteristik target audiens, sehingga dapat menjadi referensi bagi UMKM kuliner lainnya dalam menghadapi persaingan di era digital.